

## LENGUAJES MEDIATICOS

### Mesa de trabajo 2

## LA IMAGEN COMO DISOLVENTE MEDIÁTICO LA CONSTRUCCIÓN DE LOS PENSAMIENTOS A PARTIR DE LA IMAGEN

Por. Álvaro Marcelo Hurtado Calderón

INVESTIGACRUZ.

[hurtadoal@yahoo.es](mailto:hurtadoal@yahoo.es)

### Resumen

La imagen, en sus dimensiones, “encarna” virtualmente al poder con diferentes soportes, y luego lo incorpora como dispositivo relacional de las narrativas mediáticas, generando una “lobotomía” social. El contrapoder se revela mediante otras imágenes que se funden a partir de la generación de la NO IMAGEN. Los dispositivos de su formación son narrativos y semióticos, los de su acción son relacionales intuitivos.

El 2000 reveló (reflejó) al sistema político anacrónico (Estudio de más de 200 spots de TV política). El 2003 reveló la furia del pueblo (análisis de tapas y editoriales de Tv). El 2004 mostró resquebrajos (estudio de fotoperiodismo en Santa Cruz) y se reflejó en la imagen “de plazas” y calles (ensayo de semiótica urbana). Y siempre, estuvo la NO IMAGEN. Reflexión: dispositivos del poder y su relación con la imagen.

### IMAGEN / PODER / PROPAGANDA

## LA IMAGEN COMO DISOLVENTE MEDIÁTICO

## LA CONSTRUCCIÓN DE LOS PENSAMIENTOS A PARTIR DE LA IMAGEN

### 1. Muerte al lenguaje de la imagen

*...el lenguaje no es la vida, el lenguaje da órdenes a la vida;*

*la vida no habla, la vida escucha y espera.*

Deleuze y Guattari<sup>[2]</sup>

Vista como una construcción con normas gramaticales, con estructuras sintácticas o con una codificación universalmente válida, concepto que proviene de la lingüística clásica; sin duda que no es posible concebir siquiera un “lenguaje de la imagen”.

Desde el hecho mismo de la polisemia que una imagen tiene (que dicen que vale más de mil palabras), pasando por las posibilidades infinitas de estructuración de los elementos visuales, hasta la generación de un código único, tampoco es posible pensar en Lenguajes de la imagen. Para ser gráfico: si fuese posible generar un lenguaje de la imagen bajo el criterio de la lingüística, entonces sería posible genera un diccionario de los planos, de los colores, de las posiciones de cámara; sin embargo la interpretación y el sentido de esos elementos de la imagen estarán siempre en virtud del contexto y de la cultura que interpela los elementos visuales.

Si fuera posible crear un “lenguaje de la imagen” codificado, se podría hacer una enciclopedia temática, escribir las reglas de cómo articular los verbos y las metáforas de las imágenes, y todo esto no es posible porque las imágenes tienen otros elementos cambiantes y constitutivos en su externalidad.

Y –sobre todo- no existe tal lenguaje porque las imágenes adquieren sentido, significación, valor, existencia en cuanto la imaginación le atribuye valores originados en la psique individual, con código, ethos, gnosis propias a cada ser.

En este punto, la imagen permite (obliga) la multidisciplinariedad para su comprensión: neurología, psicología, física e incluso metafísica son ángulos desde los cuales se puede entender la imagen. Ya no como un elemento visual externo (fotografía), sino como un dispositivo que activa la relación “realidad”-expresión-imaginación.

Desde la teoría, “la imagen mental no ha sido todavía estudiada como lo que es: un fenómeno global, multifacético e indivisible” (Costa, J. 1992,28), afirma el experto Joan Costa, y más bien se refiere en su obra completa al estudio de la imagen como un complejo epistemológico que tampoco puede ser resultado de la suma de estudios porque “el todo fenoménico –como el todo gestáltico- es siempre diferente y más que la suma de sus partes”.(idem).

Entonces queda la posibilidad de recurrir a la batalla entre empiristas y nativistas, como dice Roman Gubern (1994), para verificar los hallazgos científicos que sustentan a una y a otra posición. Pero ese camino sólo repetiría el debate entre iconoclastas e iconófilos de la Edad Media.

Siguiendo una vía más estricta, Justo Villafañe y Norberto Minués (1999) construyeron sus Principios para una teoría factual de la imagen que recurre a la experiencia para validarse. Aún así terminaron demostrando la imposibilidad de un lenguaje, abriendo el

camino hacia otras opciones epistémicas como una metodología para la lectura de imágenes fijas y en movimiento.

Por tanto, en todas las apreciaciones teóricas modernas, la posibilidad de construir un lenguaje ha sido ya excluida y sólo queda comprender mejor las maneras en la que se pone en escena y se hace cuerpo y mente.

“No conseguiremos gran cosa en el progreso del conocimiento profundo de la imagen pública, o de cualquier otro fenómeno, si utilizamos esquemas mentales del pensamiento racionalista...” (Costa, 1992) advierte Costa en referencia a una de las posibilidades de la imagen además de la mental, y en clara proyección a la explicación de la imagen empresarial.

Vista así la reflexión, parece ser que la imagen tiene necesidad de “apellido” o de “adjetivación”: Pública, mental, empresarial, corporativa, mediática, masiva, personal. Lo que sólo sustenta una vez más que existen dispositivos que activan la relación “representación-idea de lo representado”, y que sus formas de ponerse en acción no son lenguajes sino “alianzas temporales” que buscan cuerpos/objetos que actúen sobre escenarios, y que en su dinámica proporcionen significaciones válidas (valoradas y valiosas) para sus usuarios. Algo así como que cada sociedad construirá –con ligereza de conceptos racionalistas clásicos- el ícono, el símbolo o la imagen de lo que quiera, como mejor lo aprecie y en virtud de los intereses que desee representar.

En otras palabras, el lenguaje de la imagen muere. La imagen se convierte es dispositivo de las relaciones humanas que cargan –obviada necesaria- conflicto y lucha de poderes.

Así nace este resumen de trabajos que fueron compilados desde 1999, apreciaciones y reflexiones acerca del uso de la imagen en diferentes escenarios pero siempre relacionados con la tensión y de allí, con el poder.

### **1.1. Declaración de supuestos**

Magra intención, para ser honesto, fue el abordar el tema de las relaciones posibles entre poder e imagen como un objetivo predefinido. Sin embargo, fascinantes fueron los descubrimientos a la hora de reunir visiones que se desarrollaron tanto desde el aula y al lado de estudiantes de diferentes universidades del país, como desde la iniciativa propia o como requisitos académicos; una ruptura con el pago de impuesto para generar su-puestos.

Desmitificada la posibilidad de encontrar un lenguaje en la correlación de imágenes bajo el concepto lingüístico, resta sólo evidenciar cuáles fueron las formas de relación entre aquellas y el poder político, expresado generalmente a través de los medios

masivos pero no únicamente en ellos, sino también a través de la organización urbana que resultarían ser producto de las formas de concebir y de imaginar los espacios de vida diarios, reflejos también de las formas de pensar e imaginar.

El resultado pretende ser una reflexión acerca de los dispositivos que relacionan imagen y poder, para descubrir a través de las formas y de las narraciones, los valores que suelen esconderse para hacerse **“cuerpo”** (incorporarse) en los escenarios mediáticos, sociales y urbanos, como también para hacerse **“mente”** o pensamiento en las ideologías cotidianas, construyendo formas de pensamiento no conscientes que más bien actúan como mecanismos de reproducción de ideas más allá de la buena o mala comprensión de los individuos. Para ello, se pretende también descubrir lo encubierto, lo que “vigila y castiga” en esa visión pan-óptica de la que habla Foucault y que está reflejada en la NO-imagen masiva, una especie de agujero negro atrapado.

Si vale la pena utilizar la premisa griega de “mente, alma y cuerpo sanos” como metáfora para identificar las relaciones entre imagen y poder político; cabría entonces la necesidad de afirmar que **“el alma”** es a la vez la virtualidad de los escenarios y de los cuerpos que adquieren a través de las nuevas tecnologías pero también a través de los nuevos valores sociales y humanos del planeta, su mecanismo para activar dispositivos de generación y reproducción infinita. En algunos casos de modo cancerígeno (insanos) como las imágenes de lo negativo, de lo malvado y perverso (cf. Patologías de la imagen. Gubern.2005); y en otros, como dispersión frágica y entretejida por redes invisibles que expresan instantes de común sentimiento llamados “universales”.

En esta línea, la hipótesis es que la imagen, como fenómeno, disuelve la existencia de los medios y se hace en las mentes sociales (no en los imaginarios ni en la sumatoria de imágenes individuales solamente). Como defensa, conjetura solamente, los medios de comunicación masivos extreman el uso de la imagen “de lo fatal y patético” bajo el criterio de entre-tener, mientras se extirpa los lóbulos de reflexión crítica. Se hace lobotomía de las ideas mediante el entretenimiento banal, se obtiene (en propiedad-tener), el control de los pensamientos sociales. En cambio, tanto TICs como expresiones “callejeras” y la urbe misma se constituyen en textileros de las ideas, generando redes que canalizan el sentimiento universal. Un complejo de imágenes que actúan más allá de lo meramente visual fijo o audiovisual en movimiento.

## **1.2. De la imagen que vigila a lo no imagen**

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española indica que disolver es “penetrar y dividir las moléculas de un cuerpo sólido”. Figurativamente se refiere a algo que es causa de corrupción, que suprime y anula. En este sentido, la imagen sería un disolvente de los medios de comunicación porque divide los contenidos de las formas,

las expectativas de las inquietudes, los saberes de los conocimientos científicos, la presencia de la ausencia. Corrompe la tradicional misión del periodismo, suprime el pensamiento, anula la participación social, inhibe la presencia individual y falsea incluso lo “virtual” y global.

Esto resulta una paradoja para el medio televisivo porque su razón es a la vez su corrupción. Así, a mayor cantidad de imagen sensacional, no sentimental ni sensitiva, mayor la necesidad de dividir los mensajes, fragmentarlos en más programas, realizar “cortos”, avances de programación, dividir la pantalla, utilizar el mismo espacio-tiempo en la mayor cantidad de mensajes del aparente cuerpo sólido. Esta fragmentación de los mensajes a través de ese medio de difusión masiva termina construyendo la virtud de mirar la realidad fragmentada, es decir, termina construyendo virtualidades sobre la realidad y de allí, realidades virtuales que pasan por realidades reales.

Pero lo mismo sucede en la prensa (escrita) que, más allá de su cambiante formato para incluir más imágenes en detrimento del lenguaje escrito, recurre a la fotografía como herramienta que cada vez con mayor frecuencia canaliza más sensación y menos información entendida ésta como dato útil y de interés social.

El hecho no es recuperar el lenguaje escrito para la prensa, que creo pertenece ya a otra época, sino reconducir el uso de las imágenes en coherencia con la razón de ser de un medio masivo y no en detrimento de sí mismo. Pero allí aparece el poder político que, escondido o reflejado solamente, se encarga de mantener las vigilancias sobre “los otros” y lo hace a través de las imágenes que obliga a usar a y en los medios masivos. De esa manera, el poder se esconde y pone en escena lo que quiere mostrar, invisibiliza al resto, ejerce su poder sin esconderse pero tampoco sin mostrarse. Usa la imagen y su no imagen.

”La televisión, a la vez que cuenta nos cuenta: habla de cómo somos. Dice algo más que informaciones o historias posibles; narra los miedos, habla de las expectativas y deseos de una comunidad, cuenta qué conductas son censurables o indeseadas, previene sobre lo inesperado y enseña a anticiparse a estos sucesos” (Farré, M, 2004). Y si esto es así, entonces cuenta lo que pasa en la comunidad pero también lo hace desde ella o desde la forma de pensar de sus propietarios.

Cuando Foucault recurrió al análisis del cuadro Las Meninas de Velásquez, para iniciar sus reflexiones sobre las formas de operar del poder, abrió la veta suficiente para entender al poder como ente escondido pero a la vez presente “al otro lado del espejo” social, capaz de guiar la producción del cuadro, pero a la vez atrapado en él.

Esa capacidad de presencia provoca, más tarde, maneras de acción que es atribuida a la sociedad pero en realidad es digitada por el pensamiento del poder de élite para poder vigilar de mejor forma. Extiende su mirar mediante los ojos de los demás y castiga a

través de los cuerpos de los otros porque en ellos se incorpora: quien no tiene magnífico cuerpo de modelo, habla de fútbol, es mero macho o no se pone el sombrerito de moda queda castigado. “El que no salta es un...”, “Todos al cabildo”, “Autonomía ya!” son algunas de las expresiones para convocar, pero también para excluir. Y la imagen se hace también cómplice de ello: “SI no sales en Tv, no existes”.

Si la sociedad es capaz de castigar y vigilar, pues son los medios masivos los que se encargarían de esto último, y no es justo porque esa visión sólo refrenda la idea de que el poder está en pocas manos capaces de controlarlo todo.

Ahora bien, para Jacob Bañuelos (2006) “En el régimen panóptico, la vigilancia se convierte en autovigilancia, ya que no hay dónde ocultarse, y la "dictadura de la mirada" controla todo espacio público o privado. Una sociedad vigilada es la que ve paradójicamente su espacio público disociado, convertido en escenario de detección, y su anonimato urbano invadido por una mirada permanentemente vigilante, la calle como lugar de observación controlada, como espacio de control. Las grandes ciudades pierden aceleradamente el espacio público como espacio de libertad”(op.cit); lo que ayuda a argumentar la necesidad de otras miradas con otras imágenes.

Esto se habría dado luego de las revueltas sociales del año 2003 en Bolivia y en varios momentos luego de la posesión de Evo Morales el 2006: desde el cambio urbano en la sede de Gobierno en La Paz, la transformación de la Plaza Principal de Santa Cruz de la Sierra o últimamente el premio MTV Lengua Blanca para los aportes urbanos al grupo de cultural mARTadero asentado en Cochabamba. Sin embargo, lo necesario parece evitar lo evidente y, por ahora, sólo cabe la denuncia del control y la vigilancia.

Por su lado, a cambio, los blogs, e-mails, you tube, graffittis, comics, software libre y tantas otras expresiones que aparentan ser virtuales, terminan cerrando el circuito que se conjetura en verdad más cercano al cotidiano vivir. Allí las imágenes son “reales”. En estos medios, tema pendiente para este análisis, la presencia es individual y la imagen es herramienta que propicia desde el vicio hasta la virtud que pone en tela de juicio las omnipresencias y desata la necesidad de las privacidades.

Foucault, al hablar de la vigilancia tuvo que remitirse también a la inspección, más clara en Sartori por la referencia a los lenguajes en condiciones de subordinación. Foucault afirma que “...no se puede confiar en nadie cuando el poder está organizado como una máquina que funciona según engranajes complejos, en la que lo que es determinante es el puesto de cada uno, no su naturaleza...En el Panóptico, cada uno, según su puesto, está vigilado por todos los demás, o al menos por alguno de ellos; se está en presencia de un aparato de desconfianza total y circulante porque carece de un punto absoluto. La perfección de la vigilancia es una suma de insidias...” que se uniría a la idea primigenia

de Berthan, nombrado por Fernando Romero (2005), al referirse a la “inspección panóptica”.

Permite ese concepto definir que el trabajo de la imagen en los medios masivos de Bolivia no sólo es de corrupción y de vigilancia sino de “inspección” de lo que las huestes hacen, a quién matan, con qué se chocan, pero nunca a quién esconden; incorporando al medio masivo una función para retomar su puesto social, no para consolidar su naturaleza.

Ese acto de disolver al medio es el marco teórico que revela que los medios actúan más como vigilantes que como mediadores; y que la imagen es el elemento indispensable pero a la vez disolvente de sus actos.

En estudio que realicé el año 2000 sobre “Estética y propaganda política en las elecciones municipales de La Paz del año 1999”, concluí que los spots de partidos tradicionales mostraban la tendencia a reproducir discursos conservadores y redundantes, mientras que los partidos en ese entonces “pequeños” produjeron spots con estéticas que combinaron el espectáculo televisivo con un discurso de protesta o reclamo ciudadanos (Cf. Hurtado A., 2000).

La imagen de los spots analizados revelaba en ese momento que el discurso político del poder era imaginado como los inspectores que creía dominarlo todo, siendo que la realidad estaba más bien desplazando el punto de vista hacia los vigilados que comenzaron a corromper la estética televisiva controlada por el poder político (reflejo de la “alcurnia”, lo “blanco”, “occidental”, “neoliberal”, “empresarial”, “chick-in”) con narrativas distintas de construcción simbólica, esto que puede llamarse popular, participativo, antik`ara<sup>1</sup>.

Otras revelaciones de ese estudio están en relación con los mecanismos y dispositivos que permitieron identificar las características del discurso político de entonces como características del poder que se disolvía: autoreferencialidades, exclusión de simbología aymara, anclaje en textos orales, narraciones más cercanas a la “probabilidad” de las capacidades de los candidatos a Alcaldes y el “secreto” de sus soluciones.

“Es posible también inferir que el discurso político se hace desde el medio televisivo por la carencia de una propuesta política y el predominio de estéticas comerciales que determinan las maneras de expresión... la política se mediatiza y sus íconos son referentes poéticos”, (idem, 117). Años después, se produce un levantamiento popular en Bolivia que obliga al entonces presidente Gonzalo Sánchez de Lozada a huir. Quien era vigilante pasó a ser vigilado y luego “condenado” por la masa. Por su parte, el partido “pequeño” de entonces, el Movimiento Sin Miedo (MSM), se ha quedado dos

---

<sup>1</sup> K`ara: Término de la cultura aymara para identificar lo que es extraño, “al otro”. Por defecto, K`ara es el blanco, el que no es de la propia cultura y que tiene actitud imperativa .

gestiones municipales en la sede de gobierno, el municipio más grande del país, y con una imagen digna de ser estudiada.

En cuanto a los íconos, desde el año 2004, la identificación con lo “indígena” se hace imagen pública. Lo panóptico pasó, por lo menos por un tiempo, a ser multifocal. Ese mismo año, lo “escondido” como poder se revela en la movilización de los habitantes de la ciudad de Santa Cruz y, a través de sus medios de información se genera la imagen de un pueblo que también eleva la voz pidiendo autonomía del poder central. Las fotografías de entonces y la cobertura mediática así lo han revelado. 23 minutos de cobertura en directo desde un helicóptero, cuatro horas continuas en directo y en cadena de casi todas las televisoras de Santa Cruz no pueden sino atestiguar que el poder actuó detrás de ellos. Tres años después, este 2007, la ciudad de La Paz también convoca a un cabildo popular para expresar su rechazo a la posibilidad de que la sede de gobierno sea trasladada a la capital oficial Sucre. Allí, nuevamente y esta vez a regañadientes, los medios vuelven a revelar que el poder está por detrás de ellos. Este evento descifra también que el poder no es sólo un grupo sino una presencia polivalente, fantasmagórica e ineludible.

La movilización efectivamente multitudinaria en proporción a su población, fue el inicio de la construcción de nuevas relaciones entre el poder y la imagen; pero a la vez de la consolidación de viejas características que validan la hipótesis de un retorno al uso de la imagen como disolvente social, aunque los resultados –con la experiencia del lado occidental de Bolivia- revelan también la corrupción del sistema, el cambio (o la necesidad de cambio) de valores, la lucha por el dominio del mercado mediático, la construcción de un pensamiento “ligth” o la constricción de un pensamiento “masivo” para retornar a un pensamiento dominador como tabernáculo de insidias.

En una conferencia en La Sorbonne en 1976, Michael Foucault explicaba que ...“hay un carácter local de la crítica lo que indica algo que sería una especie de producción teórica autónoma, no centralizada, que no necesita, para afirmar su propia validez, del beneplácito de un sistema de normas comunes. Esta crítica local se ha realizado a través de lo que podríamos llamar los “retornos del saber”, la insurrección de los saberes sometidos” (Foucault, 1976). Esto habría ocurrido en Bolivia después de Octubre de 2003, cuando esos “saberes” se expresaron en iconografía andina, en fotografías agrestes en la prensa, en violencia televisiva, en minigrafittis callejeros, en la modificación del espacio público y en un conjunto de formas de vida que terminaron por elegir el año 2005 a un presidente identificado como indígena.

Una de las características de la campaña de Evo Morales para las presidenciales del 2005 fue su NO PRESENCIA en la televisión, el NO MENSAJE oficial, el NO DECIR lo ya consabido. ¿Qué hizo?. Vaya él y su equipo a saber, pero su imagen era

omnipresente. Morales y su partido el Movimiento Al Socialismo (MAS), jugó, como los reyes en Las Meninas, con su imagen escondida, revelándose por momentos, llamando la atención a través de terceros, en otros.

El poder de Morales y la imagen social en ese momento (2005) se enfrentó como Velásquez, al poder dominante representado por el Embajador norteamericano en Bolivia y los medios de comunicación.<sup>2</sup>

Esto deja dos observaciones: los poderes SON porque existen subordinados que lo aceptan como tales. Pero también porque existen otros poderes que los confrontan. Así, El panóptico no es solamente vigilancia y autovigilancia a partir de desconfianzas mutuas, sino generación de la imagen de un poder que lo controla todo. Sin embargo, el vigilado puede sentirse también vigilante (sin que ello quiera decir que la clase dominada sólo hará la revolución cuando tome conciencia de su condición de clase), y generar una imagen de poder intuita por el poder oficial. En ese punto y con sentido reduccionista, ambas partes se saben poderosas y ponen en escena imágenes de lo suyo. Al final, no es poder contra poder, porque ambos se atrincheran en el discurso, sino imágenes contra imágenes: a cual más sensacionalista, omnipresente, imponente, y “pegajosa”. De un lado surgirán entonces las imágenes del miedo a perder el poder y del otro la imagen de la oportunidad de más poder. Unos mostrarán las imágenes del castigo, mientras los otros imágenes del control.

La extrema vigilancia entre medios masivos, como es el caso de las televisoras en Santa Cruz, definirá la autovigilancia primero, y la destrucción del otro usando imágenes después, cada vez más patéticas y violentas para llamar la atención, generando, -aunque no lo sepan ni quieran- la reproducción de un sistema también violento y patético. Al fin, como las imágenes disuelven los medios masivos, llegará el momento en que el poder se verá revelado porque los medios se habrán destruido en su naturaleza, sobreviviendo aquellos con más fuerza porque contienen en sí al poder (sobre todo económico) que los sustenta, pero a la vez débiles por el valor de contenidos de los que carecen. Estos los casos actuales de P.A.T., por ejemplo o de SITEL, canales de televisión que han perdido su posición mediática de influencia y control con poder y se han reducido a ser canales del poder, banalizando cada vez más la realidad, recurriendo a lo “normal” que la sociedad que formaron ahora les reclama: espectáculo.

---

<sup>2</sup> Durante la campaña para la elección presidencial del año 2005 en Bolivia, el entonces embajador Phillip Goldberg afirmó que Evo Morales tenía relaciones con el narcotráfico, e insinuó que el país sería “sometido”, esgrimiendo la fuerza del país del Norte. Morales agradeció a Goldberg y lo nombró con ironía su asesor de propaganda porque hizo conocer la verdadera posición de ese país. Esto le valió a Morales un repentino giro en las preferencias electorales que culminaron otorgándole la victoria con cerca al 54%, hito histórico mundial que llevó a un mestizo (indígena según su campaña), a la presidencia de Bolivia.

La prensa ha aprendido más rápido este proceso. Luego del 2003, ha cambiado con relativa sutileza el uso de las imágenes. Ha incorporado en sus páginas al nuevo poder, lo redefine y lo expresa con menos sensacionalismo como son los casos de El Deber de Santa Cruz o La Razón de La Paz, o al menos así parece expresar las fotografías en un acercamiento empírico. Luego, reintroduce y resemantiza las formas para intentar cargarlas de contenidos propicios al poder, vuelve a castigar por exclusión. Del otro lado, el poder en ejercicio está buscando aún las maneras de incorporar en el medio audiovisual y en la prensa, las imágenes que lo simbolicen y consoliden como poderosos. En este punto se generan redes pero aún no autonomías con y de poder.

Ya el año 1999 (cf.Hurtado.2000), se había detectado ese mismo accionar en la campaña del partido político “Movimiento sin miedo” (MSM); pero no pudo ser explicado por la teoría sino intuitivo por el saber. La frase exitosa de entonces fue “Estamos cabreados”, dirigida a una población urbana. El año 2005, EVO no tuvo un slogan masivo sólo una oferta de cambio.

Cuando ya asumió la presidencia y hasta el presente, la frase de CAMBIO se mantiene y se ha añadido, aparentemente con coherencia, EVO CUMPLE. Una suerte de slogan que no pasa por el tamiz de la propaganda tradicional sino por la generación de la imagen pública que, nuevamente, fue capaz de corroer a los medios masivos.

Ese cambio de valores de la “sociedad mirada” a la “sociedad lupa” demuestra que los grupos humanos no necesariamente siguen la forma “panóptica” eternamente, inermes, estáticos y subordinados. Más bien, el cambio en la imagen más allá de los medios masivos estaría construyendo una forma de NO-IMAGEN , una especie de reflexión-refracción pero al otro lado del espejo.

## **2. Las percepciones de la imagen política y “del poder”**

La imagen atestiguará entonces el triunfo de la vida, pero un triunfo conseguido sobre la muerte y merecido por ella” (Regis Debray).

Roman Gubern publicó el año 2005 “Patologías de la imagen”, un recorrido por las formas siniestras del manejo de la imagen en diferentes épocas y por diferentes actores.

De allí surgió la idea de refrescar cinco trabajos de investigación que se deslizaron año a año en los eventos de la Asociación Boliviana de investigadores de la Comunicación, (ABOIC), las clases universitarias y algunas conferencias.

Resultado de las patologías de Gubern, la enfermedad no está en la forma externa sino en la percepción curiosa que de ella se haga. Comprender esto y cómo se estructura el

poder para insertarse en el alma neopostliberocolonial es pues asunto urgente en Bolivia ya que, descubierta así la cosa, la sutilidad que se practica desde los medios de información masivos, desde el uso de la imagen en sí y desde las simbiosis que los contextos y las historias interculturales están obligando a aplicar en la construcción discursiva, se puede construir un escenario probable de futuros pensamientos nacionales, hoy en día manejados por la imagen en su forma y cargado de antigüedad inútil en su contenido. Un espacio para que el poder se apropie de lo que no le es suyo.

## **2.1. Anacronismos del 2000**

El año 2000, Álvaro Hurtado presentó la investigación acerca de las estéticas descubiertas en la construcción de los signos icónicos de los spots de propaganda electoral de los principales candidatos que se presentaron a las Elecciones Municipales de la ciudad de La Paz-Bolivia en diciembre de 1999 (“principales” según las encuestas publicadas en medios de prensa locales<sup>3</sup>)

Los spots analizados fueron difundidos entre julio y noviembre de 1999. Tienen como temática central la propaganda de los candidatos a alcaldes por los partidos que recibieron mayor votación en dichas elecciones: Movimiento Sin Miedo, Acción Democrática Nacionalista, Movimiento de la Izquierda Revolucionaria y Movimiento Nacionalista Revolucionario, (MSM, ADN, MIR y MNR, respectivamente). Se inscriben además en un tiempo de campaña que tuvo cinco momentos más o menos comunes: Expectativa sobre la candidatura, presentación del candidato, presentación de propuestas, sostenimiento - argumentaciones y cierre.

Este primer hallazgo muestra que detrás de las campañas existía una similitud en la manera de estructurar la difusión de los mensajes. Comparada con la campaña de Morales el año 2005, probablemente sea imposible verificar “etapas de la campaña” porque aparentemente responde a otras lógicas o por lo menos a una estructura diferente en la manera de hacer política.

El universo certificado fue de 463 spots difundidos en siete emisoras y por un período de seis meses. De ese total, los que corresponden a los partidos que fueron de interés de esa investigación suman 256. Esto es el 55.29 % del universo conocido. De ese total, se eligieron 20 spots, cinco por cada partido analizado, que representan el 7.8 % de los spots que son de interés de la investigación y el 4.32 % del universo conocido. Se

---

<sup>3</sup> Varias encuestas fueron publicadas por los matutinos La Razón, La Prensa, Última Hora y Presencia desde que se iniciaron las campañas electorales municipales en Septiembre de 1999 hasta finales de noviembre de 1999. Este trabajo prestó mayor atención a los partidos que, según esas encuestas, eran los más favorecidos; aunque no se dejó de lado para contraponer datos los spots de los partidos que aparecían en las encuestas con menos posibilidades

eligieron 10 spots de los partidos "chicos" o con líderes nuevos como mecanismo de control o comparación.

Las categorías de análisis fueron estructuradas a partir de los códigos estéticos, teorizados desde diferentes escuelas de la "estética del arte". El procedimiento básico fue la descripción de los spots de propaganda a partir de las categorías estéticas. Luego se hizo un inventario de características a partir de categorías del discurso televisivo. Se compararon los resultados mediante la recreación de la teoría modal de Greimas, pero modificada para comprender el discurso de propaganda televisiva como una narración.

"Según destaca Lozano (1986), la reagrupación que hizo Greimas permite identificar tres modalidades de la acción del sujeto: Virtualizantes o relacionadas con el futuro, Actualizantes o relacionadas con el presente y Realizantes, relacionadas con el pasado. Las dos primeras forman la competencia del sujeto mientras que la última indica la performance o actuación." (Lozano citado por Hurtado, 2000. Op.cit. Pág. 34).

Como resultado, Hurtado demuestra que existe una mayor cantidad de spots con la modalidad "actualizante" (PODER Y SABER) y "virtualizante" (DEBER-QUERER). Es decir, demuestra que los discursos estético-narrativos se relacionaron con las intenciones del candidato, estrategia que, sin embargo, se ancló en el argumento del pasado "realizante" (HACER SER O HACER HACER-delegar a otros pero dirigir ellos), para reproducir y mantener el poder. (Todo lo pasado fue mejor, los candidatos tienen experiencia, ustedes pueden trabajar, Control vecinal, etc.).

La *modalidad Virtualizante*, dirá Greimas, se construye a partir de las relaciones de DEBER Y QUERER; la *modalidad Actualizante* a partir de relaciones entre el PODER y el SABER. La *Modalidad Realizante* está constituida por el HACER-SER y el HACER-HACER cuyo objetivo es la acción del sujeto y pretenderá provocar el voto.

Cuando Morales llegó a la presidencia, los medios reprodujeron ese mismo pensamiento para actualizarlo, reconstruyendo la vida del primer presidente indígena en todas las formas noticiosas posibles sin prestar atención a las propuestas de cambio. El discurso mediático parece haber sido virtualizante y realizante, mientras que el discurso oficial era actualizante.

De diciembre de 2005 a enero de 2006 las noticias de la prensa tienen ese mismo espíritu. Los medios masivos en general caminaron entre el doble sentido, el paternalismo y el titular "confianzudo": Evo viaja, Evo hace esto o Evo el otro. Esto le permitió al poder constituido realizar los cambios rápidamente hasta que EVO no gustó porque sus cambios comenzaron a afectar intereses del poder destituido, tenía el poder y lo hacía (PODER HACER SER).

Otro de los descubrimientos del año 2000 es que la estética en la imagen política aparece, para el erudito, como el complicado signo con estructuras e interrelaciones que esconden peligrosos contenidos; mientras que para el ser humano común, la imagen es simple motivo de sensaciones que invitan a sensuar sin necesidad de purgar.

“Esa es la estética sencilla a la que se aferra el contenido político –dice Hurtado- que se pretende resumir en un spot de televisión. Algunas veces para resbalar como mantequilla a través del discurso y otras para empaparse de él, como lo hace la publicidad comercial que llega incluso a imponer una marca como representación del objeto en sí” (:106).

Los spots comerciales de aquella época se caracterizaban por el uso dinámico del color, eran atractivos y directos. Sin embargo, los spots políticos no recurrieron a esos mismos elementos: “los candidatos políticos caminan con lentitud, su discurso parecería no ser influido por la televisión: apagado, lento, con poco espectáculo. Es más, con leves rasgos e intentos de apelación cognitiva antes que con niveles estéticos” (Hurtado, idem: 12).

Entre los spots considerados hitos en esa campaña, Hurtado rescata el “lanzamiento” de Jorge Torrez (MIR) que recurrió a la propaganda con mensaje agresivo: “El chicote” y “Basta de ...”.

En el spot “El chicote” se muestran un látigo, unos pies caminando a través de la basura, periódicos que revelan titulares de escándalos en el municipio de La Paz, incluso un perro camina por ese lugar. El spot “Basta de...”, por el contrario, apela directamente a la relación ícono-secuencia-texto, lo que Prieto (1988) llama el lenguaje verbo-icónico.

En el primer spot, la palabra no apela directamente a la realidad mostrada ni se relaciona *literalmente* con los íconos. Al contrario, recurre a niveles simbólicos. Palabra e imagen se refuerzan como entes abstractos. La presencia del color y los planos de la imagen (detalles) son la característica estética de este primer período.

Otro ejemplo es el de la campaña de Jorge Dockweiler (CONDEPA) quien llega cuando la mayoría de los otros candidatos ya está en las *ofertas y en las propuestas*. Sin embargo, sigue las mismas etapas.

El spot analizado de la primera etapa es titulado “Los corruptos de siempre”. El objeto del primer spot es *Las encuestas falsas* que en ese momento ni siquiera lo consideraban. El spot cuestiona a los medios de comunicación, a los empresarios de las encuestas y a los políticos. No se muestran rostros, la secuencia de imágenes es evidentemente falsa, no existe predominio de colores, los ángulos y las posiciones de cámara más bien contradicen psicológicamente lo que las palabras están pretendiendo reflejar.

Otro momento destacado es el *sostenimiento de propuestas y argumentaciones*: las relaciones entre palabras e íconos en esa etapa se refuerzan más bien con dibujos de proyectos, algunos animados en 3D y otros simplemente en bocetos. Las diferentes técnicas de animación y publicitarias hacen de ese momento una confrontación no sólo política sino, sobre todo ESTÉTICA. De esta etapa destacan el spot “Desde el centro obras“ de ADN y “Oferta virtual“ del MIR. Ese momento de la campaña retomó “lo que el candidato sabía hacer” y no cómo haría lo que proponía.

Ambos candidatos eligieron utilizar la animación en tres dimensiones computarizada (3D), para producir sus spots que muestran la construcción de los *puentes trillizos* y la solución vial, en el caso de ADN; y el funcionamiento de una “Metro aéreo“ en el caso del MIR. Ganó Juan del Granado (MSM) y no ofreció en ese momento ninguna obra.

“La *última etapa* se puede ejemplificar con los spots de la campaña de Juan del Granado: “Estilo noticias“ y “Estamos cabreados”. Este candidato del Movimiento Sin Miedo (MSM), recurre a *estéticas* diferentes a las de otros candidatos, tanto en sus niveles iconológicos como en los cognitivos y sobre todo taxonómicos. Los códigos de esa campaña definen una estética diferente a la del resto de las campañas ya que los momentos (tiempos), el uso de elementos (palabra e imagen) como la relación funcional entre éstos se guía de manera manifiesta por el discurso posmoderno de la televisión, frente a las otras campañas que se dirigen por el discurso político partidista más bien clásico. Es decir, Juan del Granado probablemente tenga mayor identificación y uso de elementos discursivos mass mediáticos en relación con los otros candidatos que recurrieron a estéticas políticas antes que a estéticas televisivas” (Hurtado, op.cit.: 52).

Un resumen de las estrategias discursivas en relación con la presencia de la imagen muestra que “las primeras etapas de las campañas (julio-septiembre) expusieron mayor cantidad de adjetivaciones orales y poca estética icónica. El código que predominó fue el cognitivo. A continuación, (septiembre-octubre) los spots usaron la palabra para reforzar la imagen. Los temas centrales de conflicto cotidiano giraron alrededor de las expresiones retóricas que buscaban satisfacer (o identificar) las necesidades y requerimientos de la población (actualizantes). Predominaron las “obras estrella” del pasado y no así, por ejemplo, los temas de salud o educación.

En el período de “Ofertas” se motivó al televidente-electoral con sensaciones de placer, de seguridad, de ensueño y de confort (en pocos casos se dio esto último). Predominaron, en ese momento, los elementos mágicos, los íconos atractivos, el recurso del 3D, los planos y ángulos planificados. Predominó el código iconológico en un juego de presencias modales de acciones que reforzaron la imagen con adjetivos (no con referencialidades). El saber, hacer, querer, poder y deber como categorías modales del

discurso se reflejaron en las imágenes de aquello que el candidato consideró que podría realizar si salía electo.

Destacaron los objetos y no los sujetos. Las relaciones de superficie icónicas parecen guiadas por un código de generalización de público específico y no de universalización de toda la masa electoral, con excepción del candidato Del Granado, en cuyos spots se verificaron motivaciones “verdaderas” a toda la población, mientras que spots como los de MacLean más bien descubrieron la falacia de las relaciones sociales y de convocatoria a partir de la organización de elementos carentes de cotidianidad” (idem: 100).

Por otro lado, este trabajo verificó las categorías modales para identificar los argumentos veritativos del discurso. “La veridicción confirma que los spots analizados tienden a la oposición entre el sujeto y el objeto. El sujeto es el candidato o el partido y el objeto es la oferta o las propuestas. La veridicción demuestra que la mayoría de los mensajes tienden a presentar sujetos que parecen verdaderos y objetos que son un “secreto”, por ello no necesariamente verdaderos ni tampoco falsos. Esta demostración refuerza la conclusión de que existe una estética que expone un discurso de actualización del sujeto-candidato y la virtualización del objeto-oferta.

Por ello, se puede afirmar que en los spots analizados coexiste un doble recurso retórico que construye un doble discurso estético. Esta coexistencia se extiende al discurso televisivo que busca mostrar la imagen actual y verdadera, pero construye a su vez un discurso político de misterio. Así, el discurso televisivo coexiste con el político y éste sólo se mediatiza y se imbrica con aquel, pero no se define explícitamente”(id: 113). Es decir, la imagen disuelve los discursos y de allí, los medios.

Se descubrió que un dispositivo articulador del discurso mediático con el político es el color y las personas que actúan como modelos. Es decir el candidato “no articula” un discurso en torno a sí, a excepción del candidato del MSM, Juan del Granado.

Un segundo dispositivo generador de imagen es la narración a partir de intuiciones sugeridas de lo que el candidato podría realizar, sin afirmar verdades. El carácter mediatizador e intuitivo del dispositivo narrativo televisivo provoca una estética de incertidumbre que aminora el impacto o la significación creada por los spots de propaganda política.

Esto es, que la imagen coexiste con el poder, pero lo corrompe o es corrompida por él. De esta manera, esta primera investigación concluyó en que la estética es un mecanismo válido, junto con el análisis de los elementos narrativos, para identificar la relación entre el poder mediático y el poder político.

Aunque no es explícito, se concluye en que el poder político no se acercó a la estética televisiva. Que ésta, más bien, irrumpió con la política para convivir en el ejercicio del poder. Se demuestra también que detrás de la estética de los partidos políticos no está una relación con los elementos mediáticos sino que junto a las expresiones mediáticas se expresan las cualidades políticas. Esto hace pensar que la virtud, cualidad de virtual, de lo político es el poder y que éste se extiende a los medios masivos. Sin embargo, en su natural lucha, incorpora a la imagen como herramienta que, a su vez, termina descomponiendo al discurso político.

En cuanto a lo aprendido, los dispositivos semióticos y narrativos permiten construir y/o descomponer las relaciones entre los discursos político y mediático. La imagen, al medio, es el articulador que disuelve esas relaciones a través del uso de sus elementos constitutivos, principalmente el color, los planos, ángulos y perspectiva.

Por último, esta investigación revela que el discurso político era anacrónico en relación con el discurso cotidiano de ese momento y mucho más con el estético televisivo. Los políticos estaban más alejados de la realidad de lo que ella misma creía. Tres años después, la revuelta popular demostró ese divorcio.

La televisión, por su parte, actuaba como disolvente de las relaciones sociales, fuera de tiempo, ni siquiera futuro y más cómplice del poder político pero por la vía de lo no mostrado. Hoy, los medios están en el límite de su función, deteriorando todavía las relaciones sociales, formalmente sólidos e insertos como actores en el campo de batalla por el poder.

Nuevamente aparece aquí la idea de la NO IMAGEN, de que lo visto es sólo una parcialidad del reflejo virtual, mientras que la realidad está actuando, escondiendo o destruyendo, junto con los otros poderes. Una confabulación del poder que, como en El Señor de los Anillos, corrompe a quien tenga a bien insertar el dedo.

## **2.2. De la prensa escrita del 2003**

El año 2003 se realizó una investigación en la Universidad Evangélica Boliviana para caracterizar el tratamiento de la imagen y su relación con el poder, en tres diarios de la ciudad de Santa Cruz: El deber, El Nuevo día y El Mundo.

Se limitó la muestra a las secciones de políticas y policiales bajo el supuesto de que en ellas se encontrarían oposiciones válidas para identificar las relaciones de poder. Se construyó una muestra representativa de 30 periódicos publicados entre marzo y agosto de 2003.

El análisis fue morfológico (cantidad de espacio en cm<sup>2</sup>) y la clasificación preestablecida de acuerdo a tablas matrices tanto temáticas como técnicas, construidas a partir de las categorías sugeridas por Daniel Prieto (1982).

Entre los resultados generales se descubrió que la relación de espacio que ocupaba la fotografía era de un tercio del total impreso en los periódicos (28.65 %), lo que significaba que un poco más del 60% estaba destinado a texto informativo y publicidad (que llegaba a ocupar hasta el 50% del total de las secciones analizadas), dejando a veces sólo el 10% para textos. Sin embargo, el promedio era de 30% para publicidad y 30% para textos. De estos 30% de textos, casi el 50% estaba destinado a titulares. Esto deja sólo un 15% de todo el espacio analizado para noticias.

En conclusión, las secciones política y policial de los periódicos que se publicaban en Santa Cruz en ese período tendían a ser más gráficos que literales.

Por otro lado, el periódico que recurrió más a la fotografía política fue El Nuevo Día, mientras que el periódico El Mundo era el que publicaba más fotografías del tema policial en mayor espacio. El periódico El Deber mantuvo un equilibrio promedio de 30% tanto en políticas como en policiales.

En cuanto al tratamiento de la imagen, se descubrió que en la fotografía policial predominaba el plano general (38%) y los planos medios (36%). Esto es que una mayoría de las fotos policiales eran en planos abiertos. Se descubrió que en la sección política, 59% de las noticias eran graficadas con fotos en primer plan de los personajes de la política, 22% eran fotos en plano medio y generalmente eran de personajes con menor rango (o presencia).

Es decir, que en la sección policial predominaba la foto en plano abierto y en la política el plano cerrado. De acuerdo a la interpretación de las escuelas psicológicas y semióticas, esto significa que los temas relacionados con lo policial aparecían como distantes, más alejados. “Se muestran a los delincuentes como parte de una masa, de una población o de grupos, generalizando de esta manera a los protagonistas de las escenas que suelen ser, casi siempre, pobres, marginados o personas comunes de clase media y baja”, afirma el informe colectivo (UEB, 2003.:5), presentado el año 2004 en las Jornadas de estudiantes de investigación de la comunicación.

Y continúa: “Sin embargo, las fotografías de los políticos y sobre política se relacionan con el primer plano, lo que provoca que el tema y sus protagonistas estén más cercanos a la población. Se sobrevalora a los políticos y además se los individualiza” (idem).

Se concluyó, sobre este punto, que la presencia del poder era mayor en cantidad y calidad con la valoración positiva, frente a la generalización de lo delincencial (negativo) que se mostraba como más cercana a la población.

Para reforzar este hallazgo, se analizó también la relación de los temas y personajes fotografiados con el uso del color. Se descubrió que el 100 por ciento de las fotos policiales eran en blanco y negro, en cambio el 84% de las fotos de políticos eran en blanco y negro y 16% a color.<sup>4</sup>

Este aparente pequeño porcentaje fue interpretado como una relación entre los políticos que aparecían no sólo como individuos, reconocidos y con poder sino que tenían color, por tanto existían realmente. En cambio, la población vivían existía, protestaba, delinquía y actuaba en blanco y negro, sin el poder del color.

Nótese que el elemento color parece definir las relaciones con el poder que también resultó como un elemento articulador en el trabajo del año 2000 presentado líneas atrás. El color como símbolo de las relaciones de poder está también presente en Vigilar y Castigar, cuando lo más iluminado resulta ser lo falso del poder y lo menos iluminado el poder escondido, pero a la vez, lo falso de color como poder escondido expresa superficialmente lo negativo para dar paso a la construcción de lo “bello” como lo que tiene color, aun siendo lo falso.

Por tanto, la construcción de lo bueno-color, lo malo-blanco/negro es una construcción de la estética que el poder impuso y que se ha quedado como huella. Es decir, lo malo no es siempre negro ni lo bueno siempre a colores; es tan sólo la construcción de imágenes que articulan (e incorporan) esas formas de pensamiento.

Como datos curiosos, esta investigación identificó que los políticos solían ser fotografiados más de frente que del lado izquierdo o derecho. Apenas un 12 % de las fotos muestran a los políticos del lado izquierdo o mirando hacia la izquierda, mientras que 24 % aparecen de lado derecho. El fenómeno del virado de lados en el espejo también parece ser parte de las relaciones de poder entre lo mediático y lo mediatizado. Hay que recordar que Velásquez, al pintar Las Meninas, recurre también a ese juego visual.

Otro. Un 31 % aparece en contrapicado, eso es que un tercio de los individualizados políticos aparece como si fueran o tuvieran poder. Estas imágenes refuerzan la idea de espectáculo y de poder que tiene el imaginario social. En cambio, un 33% de las fotos en plano general sobre temas policiales son además en contrapicado. De esta manera, los pobres, delincuentes y masas anónimas son fotografiadas como disminuidas y sin poder.

---

<sup>4</sup> En ese momento, las páginas que tenían más color eran las dedicadas a temas de festividades sociales o de encuentros sociales y a la publicidad. Las páginas de cuerpos centrales generalmente eran impresas en blanco y negro. Por ello, el uso de fotografías a color en esas páginas era excepcional. Las páginas dedicadas a noticias policiales siguen siendo en blanco y negro en algunos periódicos hasta el día de hoy, cuando la mayor parte del periódico es impreso a colores.

El refuerzo psicológico de estas fotografías sobre el imaginario podría hacer que la población tenga una autopercepción como disminuida mientras que el poder es entregado e individualizado sobre aquellos que ostentan poder y son mirados desde más abajo.

Como reflexión final, el trabajo de los alumnos y docentes de la UEB relativa lo descubierto bajo varias circunstancias probables incluyendo la intencionalidad o no de forma consciente por parte del fotógrafo. Su reflexión refuerza más bien el descubrimiento de elementos que ayudan a comprender “los puntos de vista” y las opciones que “las miradas distintas” pueden provocar en el público. “No se puede negar que el reportero gráfico tiene una posición al reflejar la realidad desde abajo o colocarse sobre la población. Una especie de sentido psicológico que lo traiciona el momento de elegir o colocarse en el mejor ángulo para sacar fotos, según él”.

A la distancia en el tiempo, se debería añadir que esa “traición” responde al dispositivo de autovigilancia que se activa cuando un fotógrafo enfrenta la realidad con su herramienta de trabajo, eligiendo lo que la imagen mental le ordena más allá de su buena voluntad. Las condiciones de acceso al político y a la escena de los eventos policiales podrían justificar algunos elementos de la imagen y que son extraños al fotógrafo. Sin embargo, la elección final o el trabajo de manipulación de la fotografía como ampliaciones o publicación a color están relacionadas con el medio de comunicación en sí, lo que sólo refuerza el concepto de que el poder se filtra junto con la imagen y actúa como dispositivos de comunicación. Ese dispositivo se activaría de modo cultural porque, a su vez, está incorporado en el fotógrafo o en el editor, es parte de ellos.

### **2.3. ¡Fuera!, el otro lado de la imagen y el poder**

Los violentos sucesos del 13 al 17 de Octubre de 2003 han sido registrados en video y en las páginas de periódicos de Bolivia y el mundo. Un ensayo de alumnos de la Escuela de Comunicación Diakonía en Santa Cruz y varios videos de alumnos de la Universidad Mayor de San Andrés fueron analizados el año 2005, dando cuenta de los cambios en la construcción de la imagen pública.

Se siguió la misma metodología que el año 2003, pero esta vez con un periódico por ciudad: La Razón, Los tiempos y El Deber fueron los elegidos. Se analizó solamente las fotografías de la tapa principal en un período que abarcó de Julio de 2003 a marzo de 2004.

Los resultados variaron de sobre manera, tanto por los eventos fotografiados como por la percepción misma de ellos. Esta “variación” en la percepción demostró que el poder

estaba evidentemente detrás de los medios. ¿Cómo era posible que antes de Octubre de 2003 el mismo fotógrafo publicara fotos favorables al poder político individual, a colores y en contrapicado, y dos meses después el mismo mediador publicara fotos de hechos bandálicos, primero, luego tragedias y por último presencia de las masas con rostros enardecidos, otorgándole el poder visual con contrapicado a una anciana?

Se descubrió que durante los hechos de Octubre, El Deber publicó fotografías genéricas, a gran distancia de los hechos a principios de octubre, luego se publicaron fotos dramáticas durante los enfrentamientos, sobre todo aquellas que mostraban la quema de los edificios públicos en La Paz. En diciembre, calmada la situación, estos periódicos no incluyeron fotografías de los políticos destituidos. “Se borraron”, dice la conclusión empírica de un alumno.

La furia de las masas fue fotografiada durante Octubre y hasta parte de noviembre. Sin duda ese era el hecho pero, los recursos que se usaron para mostrar esa realidad contundente no era, ni es, similares a los que se usaron posteriormente. Por ejemplo, durante los eventos de confrontación, las fotografías tienen a ser explícitas del hecho. Se muestra lo que sucede y se narra lo que la foto quiere contar en el pie de foto; en comparación con otras fotografías anteriores e incluso posteriores en las que la imagen es referencia del texto, es ilustrativa de lo que se cuenta. Ese mismo tipo de fotos han empezado a distinguirse a partir de Junio de 2007, luego de que el Presidente Morales lanzara acusaciones directas contra los medios de comunicación.

Siguiendo con la investigación, en enero del 2004 Santa Cruz fue escenario de un cabildo reclamando “Autonomía”. La fotografía del diario El Deber cambió desde ese momento y paso de la fotografía sensacionalista que distorsionaba la realidad a la informativa que narra los hechos.

El ensayo indica que un 34% de las fotografías son en plano conjunto de las entonces autoridades del Comité Cívico, hoy Prefecto y líderes de las asociaciones, cámaras y agrupaciones cívicas. Pero también publicaron a colores lo que la gente hizo el Día del Cabildo. La idea “festiva” acompañada de grandes titulares se reprodujo en las imágenes de este periódico. Por su parte, los diarios “Los Tiempos” de Cochabamba y “La Razón” (La Paz) sólo reprodujeron lo que se hizo desde Santa Cruz.

El video es otra muestra de los cambios en la composición de la imagen. El contraste en la concepción de la imagen ha variado desde que la ciudad de La Paz fue literalmente asaltada por las masas, enfrentándose a los grupos de militares y policías el año 2003. Las historias, miles de ellas, han pasado al video como la ultrareeditada producción intitulada “Fusil, metralla, el pueblo no se calla”.

Este video circuló primero de forma clandestina hasta que un grupo de jóvenes alteños reclamó su autoría, involucrando en su producción a ONG's. El trabajo final se ha modificado en más de 10 versiones que se conocen, cada cual con más o menos argumentos e imágenes que atribuyen la responsabilidad de la llamada "Guerra del gas" a uno y otro bando.

Una especie de videocatarsis que se ha difundido tanto de forma pública y privada, por medios masivos y otros nada convencionales como los DVD's del transporte público interprovincial e interdepartamental.

El análisis de esta producción durante el año 2005 junto a alumnos de la Escuela de Comunicación Audiovisual Diakonía, demostró que la imagen había pasado de ser la reproducción del poder a ser la denuncia contra el poder. La imagen se convirtió en denunciante de los abusos, adquirió poder por su naturaleza "mostrativa" pero sobre todo por la correlación de hechos argumentativos.

El trabajo de investigación surgió como un análisis de la narración de ese video que en una versión tenía 15 minutos y en otra más de 23. Se evidenció que la correlación de imágenes y lo que técnicamente se llama el manejo de los raccords, era el mecanismo que articulaba el sentimiento de indignación que parecía ser el objetivo del documental.

En una de las versiones, el uso del primer plano sirvió para denunciar a los que antes aparecían como poderosos, "como para que todos los reconozcan", dice el alumno encargado de ese análisis. En la otra versión, las imágenes en primer plano sirven para mostrar el dolor popular. El poder, en cada escena, se construye con una de cal y otra de arena.

El sonido es otro elemento que fue usado de manera articuladora. En una versión se usa más la música y el sonido ambiente. En la otra se recurre al relato y al silencio. En las dos versiones analizadas, la cámara juega entre su presencia entre la masa y la toma de las situaciones de peligro a cierta distancia. Este "involucrarse en la realidad" más el mensaje central y emotivo potencian el poder de la imagen que se adviene al lado del pueblo.

El trabajo de análisis concluye con una obviedad: El poder ha pasado a manos del pueblo y las imágenes muestran eso. Sin embargo, en esa simpleza se esconde también una visión del poder sobre la imagen. El trabajo hace referencias de tipo técnico como los saltos de tiempo y espacio, manejo de la cámara a ras del suelo cuando existen situaciones de peligro, planos cerrados cuando existen escenas de dolor, doble narrativa con pantalla dividida, loopings de ideas, etc. "Sin embargo, se propone un equilibrio entre el dramatismo de la situación y el manejo "digno" de las imágenes de muertos, heridos y enfrentamientos" (op.cit. :12).

La iluminación no fue, por el carácter documental, una preocupación de los productores. Al contrario, las imágenes se hicieron solas y los que las seleccionaron lo hicieron, aparentemente, con un criterio del antipoder; lo que nuevamente hace caer la reflexión sobre la sospecha de que además de existir una imagen, existe la NO IMAGEN conviviente en el mismo poder. Esa NO IMAGEN es justamente lo que no se muestra pero que queda en el imaginario, ese sentimiento provocado por la SI-IMAGEN.

Como el concepto está en construcción, la NO IMAGEN no sólo es la otra cara de la imagen sino parecería ser parte de ella en sí.

#### **2.4. Percepción urbana de tres ciudades**

La Paz, Cochabamba y Santa Cruz fueron objeto, el año 2005, de una lectura semiótica de sus espacios como parte de un ciclo de conferencias en la Universidad Privada Santa Cruz (UPSA).

El objetivo de esta lectura era la interpelación al poder a partir de los espacios urbanos concentrados y reproductores de la ideología dominante. El método basado en la semiótica urbana de Piere Guiraud permitió identificar lenguajes urbanos y espacios como lenguajes a partir de la función social que se asignaba. Lastimosamente no se incluía “lo histórico” como elemento condicionador y generador de significaciones. Sin embargo, esta falencia fue sustituida por la lectura de los espacios y acciones urbanas como elementos narrativos y, de allí, como imágenes sociales. La base histórica se encontró más tarde en Richard Zennet (1989).

En aquel entonces se propuso pensar desde “los imaginarios” sociales, quienes, según esas reflexiones, atribuían significados a sus escenarios donde ponían en común acciones. Es decir, el espacio urbano era uno de comunicación social donde, además, se intercambiaban signos y, por tanto, imágenes.

El profesor Martín Barbero especifica en sus “Dinámicas urbanas” (1991) que para entender la dinámica de una ciudad en su paso de lo popular a lo urbano hay que hacerlo en su trayecto histórico “...habría que partir del lenguaje común y de su oposición entre pueblo y ciudad: pueblo como lo elemental y lo auténtico; ciudad como lo sofisticado y lo industrial, por una parte, y, por otra, lo complicado, lo artificioso, lo engañoso, lo falaz. De ahí partimos, no sólo del sentido común sino de una larga experiencia histórica que ha opuesto el pueblo y la ciudad como dos modos de habitar este planeta, dos modos de ver, de vivir, de sentir, de sufrir, de gozar, en el eje de lo elemental versus la complicación y el artificio, y de lo auténtico versus lo mentiroso y hasta lo traicionero” (op.cit. :1).

Esta reflexión obligó a revisar a las tres ciudades en sus historias, centrando la atención en las plazas como elementos comunes alrededor de las cuales crecieron y se hicieron o deformaron. El estudio no hizo historia urbana, sólo recopilación de espacios y escenarios de acción comunicacional representativos para el imaginario social. A este fenómeno se le llamó la “imagen de la ciudad”.

Circunstancialmente, La Paz fue afectada a principios del 2000 por una granizada que cobró vidas, destrozó calles y avenidas y desnudó los males que las gestiones municipales no habían atendido en el pasado.

A partir de ese contexto, se analizó la percepción urbana de la Plaza Murillo y sus alrededores junto con el plan de Parque Urbano como proyecto de la Alcaldía. La primera, la plaza, se levanta como centro de operaciones de los españoles aunque en ella se reunía a los indios para levantar ferias y hacer “mercado”. Más tarde, con la instalación de la iglesia, se coloca también en las esquinas los lugares de reunión social y la cárcel. Una vez que los españoles dejaron de dominar, la reproducción del poder en la plaza comenzó por cambiarle el nombre a Plaza 10 de noviembre, en homenaje a alguna batalla. Más tarde se llamó Plaza de Armas, Plaza Central y desde la revuelta de 1898, cuando ya existía la república independiente, se llamó Plaza Murillo en homenaje al protomartir de la Independencia Latinoamérica Pedro Domingo Murillo.

Este cambio sirvió para consolidar el traslado del poder económico y político de Sucre a La Paz con visos de revolución federal, pero con certidumbres de centralismo republicano bañado de conceptos liberales. El traslado de la sede de gobierno obligó a adaptar la vieja cárcel para el Parlamento Nacional, y la casa del corregidor se convirtió en EL palacio de Gobierno. Un incendio en ese recinto en 1910 hizo que el pueblo llamara burlescamente a ese lugar “El palacio quemado”, más por los errores de los gobernantes que por el incendio en sí.

Desde 1952, cuando se implantó un gobierno nacionalista por la vía de la revolución, la plaza se convirtió en el centro de los actos gubernamentales. “A la plaza no nos dejaban entrar con poncho” es el testimonio recogido en un texto de Fausto Reinaga (1933) refiriéndose a la vestimenta del indio. Luego de 1952, los indios invadieron no sólo la plaza sino toda La Paz. Desde ese momento, la plaza dejó de ser el centro de poder de la élite para dar paso al poder de la masa. Las imágenes que se tiene de ella muestran la convivencia del cholo, del mestizo, del blanco y del indio. Todos en la misma plaza. Años después, en 1971, un golpe militar retoma Palacio de Gobierno y se atrinchera durante siete años de dictadura pura y dura. El símbolo retorna al centro que no mira que la ciudad se ha desplazado en sus imaginarios simbólicos y que las imágenes creadas están más allá del centro, del barrio de Sopocachi o Miraflores. Al retornar el sistema democrático en 1982, el pueblo se reunió en la Plaza San Francisco, hoy Plaza

de los Héroes, límite colonial entre el pueblo de Indios y el pueblo español, frontera de la ciudad en su primera etapa, primer lugar donde fue refundada la ciudad en 1548. Un lugar, sin duda, mucho más simbólico para el pueblo que para el poder.

Al considerar que los elementos funcionales estaban ligados a la historia de los barrios, se comprobó que cada cual respondía a una organización semiótica cercana a un lenguaje urbano. Por ejemplo, el barrio de Sopocachi cumplía la función poética. Allí se juntan los bares y los bohemios, las bandas de rock y los centros de arte y exposición. La historia (incluso las canciones), asignan a este barrio residencial y tradicional la función de compilar los acontecimientos vivenciales de la ciudad. En él viven y vivieron los poetas, músicos y artistas de tiempos pasados. De él salieron las “Flaviadas”, encuentros mensuales en la casa de Don Flavio Machicao, para escuchar música clásica cuando la radio recién llegaba a la ciudad y, posteriormente, para debatir sobre música y tomarse un “yungueñito”, cocktail al estilo de los criollos. Allí se levanta la Capilla del Mirador de Sopocachi (El Montículo) donde se ha depositado una de las fuentes (El Neptuno) de agua trasladada desde el paseo de La Alameda y tarida en la época republicana desde Europa. Un tango famoso afirma que es el reducto “de mis sueños juveniles, quinceabriles, quien a tu regazo pudiera hoy volver”... como un homenaje al tiempo que pasa pero siempre está. El Montículo es también encuentro con el romance, con las parejas que pasean hoy por debajo de los mismos árboles que otrora pasearon las carrozas con cochero incluido.

Miraflores es otra zona que cumple una función fáctica y a la vez emotiva. En ella se concentran los hospitales, varios medios de comunicación y centros militares. En Miraflores está el estadio Olímpico La Paz, antes piscina y estadio, hoy centro de competencias internacional. Este barrio está a la salida de La Paz hacia la cordillera. Al sur se ha extendido por su clima más favorable, lo que ha provocado la migración primero de la gente adinerada y luego de las clases medias.

En su ingreso está Obrajes, barrio que era el inicio de las haciendas de antaño donde se concentraban los trabajadores textiles que hacían “Obras”, de allí se nombre. Más tarde, los hacendados se quedaron a vivir en esas zonas y luego fueron trasladando a sus hijos hacia casas ubicadas más hacia el sur. Por ello, la imagen de esta zona es la del poder, porque allí fueron a vivir quienes más posibilidades económicas tenían.

Pero con el paso de los años, los hijos de la servidumbre también se asentó en las márgenes de la zona Sur, y reivindicando los nombres en aymara de ellas como Calacoto o “piedra pelada”, Achumani o zona de aguas, etc. Se mezclaron y enamoraron y vivieron, como dice el himno de La Paz,” en paz y concordia y pueblo de paz fundaron... “. Sin embargo, la imagen se perpetúa por ello los precios son más elevados en la zona sur (La gente tiene capacidad de adquisición, dicen), sus calles y su

construcción responde a conceptos más modernos de planificación y no al caos que la colonia obligó hace 450 años atrás.

Las laderas o zonas ubicadas en los alrededores de La Paz son otra cuestión digna de leerse. Generalmente son las que tienen la imagen de ser la que presionan, como toda frontera, al centro urbano y burocrático. De las laderas cuelgan las casas, la imagen de “derretirse” hacia el centro se relaciona rápidamente con las montañas nevadas que circundan a La Paz. De las laderas bajaron los indios para expulsar a los españoles, en ellas se hizo el “cerco de 1780” que inició las revueltas en Sudamérica. Desde ellas se atacó a los oligarcas nacionalistas y últimamente, desde El Alto, ciudad ubicada en la altiplanicie, bajaron sus habitantes por las laderas para reivindicar sus protestas y hacerlas sangre en las revueltas de Octubre de 2003.

En fin, La Paz se constituye en un lenguaje urbano que habla pro sus funciones, pero también por sus signos asimétricos. De esa investigación se rescata también la generación de imágenes metafóricamente comparadas con la edad de la mujer. Para el autor coordinador del trabajo, La Paz es como una señora de cuarenta años, que ya sabe lo que quiere, tiene la capacidad de la coquetería, sabe a dónde va y convive con la experiencia. Resurge de vez en vez con maquillajes pero aún no le llegan los achaques de la menopausia.

En un intento de simplificar esta investigación, la ciudad de Santa Cruz de la Sierra es vista en cambio como la quinceañera: caprichosa, maquillada por todas partes, sin un horizonte claro, con la transición de niña a mujer puesta a flor de piel, llena de vida pero a la vez de incertidumbres.

En términos de Martín Barbero, resultaría ser la transición de pueblo o poblado a ciudad moderna la que la determina sus formas de acción. La década de los años 70 fue para Santa Cruz el inicio de la Modernidad, y con ella su crecimiento que llegó, por la topografía plana y su planificación hasta el segundo anillo. El año 1973 el Río Pirai retomó un viejo cauce y eliminó la posibilidad de crecimiento más allá del cuarto anillo hacia el este, lo que obligó a que gran parte de la población busque tierra más alta hacia el sur. Las migraciones de los años 80 desde el lado occidental del país hicieron que el lado norte se desarrollara con mayor celeridad llegando hoy hasta el octavo anillo poblado. Esta diferencia hizo crecer también las imágenes sobre la ciudad. Al sur viven los pobres, al norte los que tienen más dinero. Hacia Cotoca (Oeste) los condominios tradicionales mientras que hacia el Este se ha truncado el desarrollo pero se han abierto los barrios marginales.

Richard Zennet, en su libro “Carne y Piedra” (1989) hace una historia de la evolución de las ciudades y la relación de éstas con los cuerpos. Magistralmente, Zennet descubre que los principios de pensamiento de cada época, determinó la manera de mirar y pensar

la ciudad. Así, mientras la medicina salía del alquimismo para entrar al racionalismo científico, los arquitectos daban nombres de partes del cuerpo a la urbe: corazón de la ciudad, las arterias de circulación o la cabeza del poder municipal. El mencionado autor habla también sobre el crecimiento de las sociedades, su relación con los marginados, la aparición de los ghettos por razones de salud pero a la vez de exclusión y control social.

La organización urbana no se dio, según Zennet sino hasta pasada la Revolución Francesa, en los términos que hoy se conoce una urbe. La planificación anterior estuvo ligada a la religión y a los conceptos mágicos, desde la Atenas griega, pasando por la Roma Imperial hasta el París maloliente o el Versalles aromático.

Con el industrialismo y luego de la “depresión” producto de la caída de la bolsa de valores y otros elementos económicos en 1929, Nueva York como Washington reasignaron sus funciones urbanas y crecieron desmesuradamente también con flujos impresionantes de migrantes que, con más o menos, fueron reubicándose de acuerdo a sus culturas, creando autogettos y dependiendo de los autorretratos que se formaban.

Si bien la llama de la libertad alumbraba para atraer a las nuevas generaciones hacia Estados Unidos, con ellas también llegaron las formas de organización cultural que, en el caso de Santa Cruz de la Sierra encontraron su réplica tanto en el crecimiento industrial desmesurada, la migración y la construcción de percepciones y autopercepciones que configuran una imagen de la ciudad.

Así, más allá de los anillos que caracterizan la organización urbana de esa ciudad, se encuentran los barrios otrora marginales, hoy involuntariamente integrados como Villa Primero de Mayo y Plan 3000; insurgentes y marginados por las circunstancias que originaron su existencia: el primero producto de la migración de familias completas de mineros del área occidental que perdieron su trabajo el año 1984. Una cultura totalmente diferente que migró con todo. El nombre es su excusa para sentirse “trabajadores”, y su razón de ser para progresar. En cambio, Plan 3000 es la antigua migración de los hijos de migrantes que fueron reubicados luego de las inundaciones de la década de los años 70. Se sienten más cercanos a su desarrollo pero también más marginados porque no recibieron atención del municipio. El nombre muestra su unidad pero también refleja su horizonte. Sólo 3000 familias podrían allí asentarse.

Estos dos núcleos de urbanización se han integrado a Santa Cruz de forma muy rápida en el nuevo siglo con una nueva ola de migrantes del occidente del país que con más experiencia en la organización social y de resistencia toman los principios de autonomía, peor también reivindican sus tradiciones, algo de sus culturas comprendiendo que la mejor forma de sobrevivencia es la mixtura.

Por ello, ambos son generadores de conflicto y de solución, poniendo en cuestión el centralismo de la urbe cruceña que, a su vez, cuestiona el centralismo del poder central.

Una lucha de poderes que, según las historias mundiales, terminará en el ahogamiento del centro urbano principal para dar paso a salidas más operativas.

Esto se decía el año 2004, un año después, la municipalidad identificó que “el centro urbano se estaba ahogando” y proponía la ampliación de toda el área central compuesta de un bloque o manzano donde tradicionalmente se habían concentrado los poderes políticos, policiales, religioso y cultural. En cada esquina se habían ubicado, como lo hicieron en todas con concepto latino, uno de estos poderes. Sin embargo, con la modificación, la iglesia ha quedado al centro, se ha despalzado la cultura al patio trasero en una plaza límpida, blanca, expresión de la mixtura pero a la vez de la NO IMAGEN. La Prefectura y la Alcaldía migraron muchas calles a un lugar “más alto”, y el poder de la representación parlamentaria se trasladó una cuadra más allá. El Club social 24 de Septiembre, antes ubicado en “la esquina de la Plaza” y centro principal de la diversión y el encuentro de la élite de poder, hoy es un referente que queda al medio, ícono del lugar social pero solitario reducto donde las canas son las más y los bailes los menos.

“La crisis de la modernidad, tal como nos indica Jesús Martín-Barbero (1994), arrancó en la ciudad, por tanto, ha pasado ser ese lugar clave en el cual se hace más evidente que ningún otro **"la crisis de lo público"**: el estallido de lo que entendíamos por vida, ambiente y lugares públicos. De esta manera, hoy en día la conducta pública es mas acerca de observar y el conocimiento que se adquiere en público es mas visual desembocando en la paradoja moderna de visibilidad y aislamiento, una clase especial de *espacio de apariencia*” (BRILL, Michael. 1992)

Párrafo que parece pensado para esa capital pujante económicamente, pero en crisis política.

A partir de esa descripción y de la imagería que rodea todavía los primeros anillos de Santa Cruz, el poder parece seguir construyendo sus imágenes pero esta vez extendidos a partir de los medios de difusión. Muestra de esa lectura espacial, lo público de la plaza se ha desplazado a un monumento conocido como “El Cristo redentor”, espacio que en la década de los 70 se utilizó para demarcar el límite del pueblo y el inicio de la carretera hacia el aeropuerto. La avenida se llamó primero Carretera al Norte, luego Presidente Hugo Banzer y en el ínterin Av. Cristo Redentor, una pugna nominal que expresa también la pugna de poderes. Hoy conviven los tres nombres. Ese lugar sirvió el año 2004 para plantar un mojón de madera con el tallado de AUTONOMIA convocar al cabildo para definir la relación política de Santa Cruz con “el centralismo”, un intento de crear la imagen de límite con el resto de Santa Cruz y con el país. Esa visión políticamente corta, excluye los anillos que, aunque en el discurso se los hace partícipes, en la realidad constituyen otra ciudad, una más joven que está creciendo. Asimismo, ese límite y esa imagen urbana sirve de recordatorio de las prerrogativas que

tiene la iglesia católica en las relaciones de poder, lo que genera una imagen contrapuesta en Plan 3000, donde la misma iglesia ha construido, mediante ONG's y auspicio internacional, centros de educación y formación profesional, atención para la salud e incluso ha logrado descentralizar oficinas policiales como también lo ha hecho Villa Primero de Mayo. Esta pugna del poder estaría generando, de acuerdo a las teorías, nuevas imágenes urbanas que, por ahora, se expresan en el folklore, en las fiestas distintivas y en la organización artística, suficiente canal para difundir las nuevas imágenes del poder, mientras que el centro urbano cruceño, autodenominado "la manzana 1", prosigue su actuar a partir de imágenes ancladas en la tradición y el pasado.

Para los fines de este resumen, la investigación sobre los espacios públicos y simbólicos de tres ciudades de Bolivia, aporta con la construcción de la NO IMAGEN a partir de la polarización de pensamientos urbanos, de la interculturalidad conviviente y en pugna y, por tanto, con la exposición de elementos para comprender la generación de ideas acerca de la realidad que encuentran su expresión en lo no dicho, lo marginal, el ghetto, orígenes comunes de las imágenes que existen y son, pero no están. Una especie de definición de la NO IMAGEN.

### **3. La imagen no sabe para quién trabaja**

Los estudios presentados anteriormente, junto con muchas reflexiones producto de las tareas académicas de colegas y alumnos, han develado que la imagen no es sólo la expresión mental que Costas, Villafañe o Gubern habían definido desde la experiencia y la sistematización teórica positivista, sino también las expresiones que los imaginarios hacen y descubren en lo no dicho y que son escondrijos del poder.

La imagen, como se ha relatado en diferentes experiencias, resulta ser un compuesto de representaciones aliadas a dispositivos que revelan sus espacios oscuros y claros alternos. Por un lado, los dispositivos individuales que buscan la no imagen, como espacio de comparación con lo que se desea ver, por el otro, dispositivos relacionales semánticos que fungen como gatillos para activar su funcionalidad en relación con la iconicidad.

La primera generación de imagen es la expresión pura, contaminada inmediatamente por las valoraciones contextuales que la convierten en canalizadora de sensaciones y de sentimientos. Esto generaría una imagen diabólica pero inocua, una primera sensación que mira y reproduce la realidad, una imagen de lo que “es” o “parece ser”.

Posteriormente, sin embargo, la imagen se construye en la mente producto de la racionalidad y de esos contextos que ya tantos autores han develado. Esa construcción respondería a elementos básicos que hechizan la imagen y la convierten en modificaciones de la realidad más las valoraciones adjuntas. Una generación de imagen virtual adecuada a los entornos.

Una plaza pública se convierte en elemento concentrador, pero luego en imagen disgregante según sea quien oficia en el poder detrás de su administración. De la misma manera, una imagen se vuelve diabólica o angelical dependiendo de quién se apodera de las valoraciones que se decide cargar sobre ella. Un barrio es más poderoso que otro o una imagen “más mala” que otra porque provoca valoraciones válidas sólo a partir de la narración en la que se inscribe. Lo patológico de la imagen no estaría en la imagen en sí sino en las interpretaciones que de ella se hagan, además en una correlación narrativa.

El video de Octubre de 2003 mostró que no sólo la edición es modificadora de la imagen en sí, sino también las cargas emotivas que de ella se desprendían y los lugares donde se lo proyectaba. Desde el punto de vista (miradas) de los soldados, la atención podría haberse centrado en la estrategia, en los errores o en tipo de armamento. Desde el otro lado, la misma imagen provocaba indignación, desde más arriba, la imagen era documental para un premio, en fin. Y la misma imagen generaba otras imágenes, que a su vez creaban la imagen que querían ver.

Sin embargo, no se veía en ellas al poder que estaba ni detrás ni escondido, sino sólo sentido, intuido como el poder de la rabia, el del dinero, el poder y sus muchos apellidos.

En este punto cabe la reflexión acerca de las maneras en las que el poder se esconde, recurriendo a elementos básicos de la imagen como el primer plano, el contrapicado o el color, hasta las más complejas construcciones como las narraciones de video o la semiótica urbana.

Pero también hay que prestar atención a las maneras en las que el poder se muestra: dispositivos que los elucubran, miradas que controlan, espacios que ocupan y que readecuan para mantener su presencia/ausencia.

Cuando Régis Debray proponía en su “Historia de la mirada en occidente” que la imagen nació para la vida pero se hizo de la muerte; probablemente también pensaba en esa presencia/ausencia que es la imagen y no imagen que terminan formando una tercera que ES la que se consume.

Esto querría decir que el complejo signico de la triada del  $1+2=1$  termina generando una imagen más otra imagen= una sola imagen que ES la que esconde y al que devela a al vez.

El mejor recurso para ser didáctico es, entonces, el espejo, generador de la imagen que es mientras estamos frente a ella, pero que luego nos deja en el cerebro nuestra propia imagen mientras no estamos frente a él.

#### **4. Frente al espejo**

Para terminar. La idea de resumir trabajos de años pasados para hacer un seguimiento de ellos sólo puede terminar en la necesidad de seguir investigando estos dispositivos que activan el poder pero que a la vez lo esconden.

Por otro lado, se ha demostrado que la imagen es disolvente del medio masivo en sí. Que si bien lo refresca por un momento, lo satura a continuación y lo disuelve al final. Es decir, lo fragmenta a tal punto que su solidez se escurre para convertirse en líquido que se confunde pero que, sereno, es capaz de reflejar al poder sin lavarle la cara.

Por ahora, las metodologías cuantitativas como la medición de planos, ángulos o colores; así como las de percepción de lo imaginario social o la de reconstrucción de narratividades son los dispositivos que se encargan de esa disolencia. Sus usos provocan a quienes tenemos la imagen de conocerla, y la idea de comprenderla.

Si se aprecia este principio, también se abre la opción a comprender la construcción del conocimiento, de verificar que antes que el saber, y mucho más antes que el conocer está la construcción de las imágenes de las cosas, este primer principio podría ser origen luego de los conocimientos.

Por otro lado, para hacer epistemología clásica, validar el método para comprender el conocimiento es acción científica sobre la propia ciencia.

Y como Guattari y Deleuze, el lenguaje, muerto en la palabra, podría comenzar a estructurarse en nuevas dimensiones, sin dar órdenes y poniendo el orden, respetando la vida y no constriéndola. Así, la imagen habla, es vida, escucha y espera...

---

<sup>2</sup> Gilles Deleuze y Felix Guattari. *Mil Mesetas*. Valencia: Pre-textos, 1997.